



Hak cipta Dilindungi Undang-Undang

© Skripsi milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

# ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DI MASA COVID 19 PADA AIR MINUM ISI ULANG AFIQAH KELURAHAN SIMPANG BARU KECAMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU DITINJAU MENURUT EKONOMI ISLAM

## SKRIPSI

*Skripsi Diajukan untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi  
(SE)*



Oleh

**DOI RAMDANI**  
**11625103837**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM**

**RIAU-PEKANBARU**

**1442 H/2021 M**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul **Analisis Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen di Masa Covid 19 Pada Air Minum Isi Ulang Afiqah Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam**, yang ditulis oleh:

Nama : Doi Ramdani

Nim : 11625103837

Program Studi : Ekonomi Syariah

Dapat diterima dan disetujui untuk diajukan dalam sidang munaqhasah

Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 03 Rajab 1441 H  
16 Maret 2020 M

Pembimbing Skripsi

**AHMAD FAUZI, MA**

**NIP. 19801218200912 1 002**

UIN SUSKA RIAU

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## PENGESAHAN

Skripsi dengan judul *Analisis Kepuasan Konsumen Di Masa Covid 19 Pada Air Minum Isi Ulang Afiah Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam*, yang ditulis oleh :

Nama : Doi Ramdani  
NIM : 11625103837  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari / Tanggal : Senin, 5 April 2021  
Waktu : 08.00 WIB  
Tempat : Ruang Sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 5 April 2021 M

### TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua

**Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag**

Sekretaris

**Desi Devrika Devra, S.Hi, M.Si**

Penguji I

**Syamsurizal, SE., M.Sc, Ak**

Penguji II

**Dr. Syahpawi, M.Sh**

Mengetahui :

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



**Dr.Drs.H. Hajar, M.Ag**

NIP. 19580712 196803 1 005



## ABSTRAK

**Doi Ramdani (2021): Analisis Kepuasan Konsumen di Masa Covid-19 Pada Air Minum Isi Ulang Afiqah Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam.**

Dalam menjalankan sebuah bisnis, umumnya yang harus diperhatikan perusahaan adalah *customer orientation*. Baik kepuasan konsumen hingga konsumen menjadi loyal terhadap perusahaan. Salah satu usaha yang cukup berkembang dan juga merupakan kebutuhan bagi setiap manusia adalah air minum, yaitu Depot Air Minum Isi Ulang Afiqah Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. Maka berdasarkan hal ini dilakukan penelitian untuk menganalisis kepuasan terhadap loyalitas konsumen di masa covid-19 dan bagaimana tinjauan Ekonomi Islam mengenai analisis kepuasan terhadap loyalitas konsumen di masa covid-19 pada air minum isi ulang afiqah Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang membahas tentang kepuasan konsumen di masa covid-19 pada Air Minum Isi Ulang Afiqah yang berlokasi di Jalan Merpati Sakti Pekanbaru. Adapun Jumlah sampel pada penelitian ini berjumlah 50 konsumen depot air minum isi ulang afiqah. Dalam menentukan sampel, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data *Accidental Sampling*.

Berdasarkan dari hasil data yang telah dikumpulkan melalui angket dengan skor nilai 44% menyatakan sangat puas dan 56% responden menyatakan puas terhadap depot air minum isi ulang afiqah. Kemudian responden juga menyatakan loyalitasnya kepada depot afiqah terlihat dari 4 indikator loyalitas 3 diantaranya tercapai yaitu, 56% responden menyatakan akan membeli kembali air minum di depot afiqah, 52% responden menyatakan merekomendasikan untuk membeli air di depot afiqah kepada orang lain dan 74% responden menyatakan konsisten tidak beralih ke depot yang lain kecuali depot afiqah.

Adapun tinjauan ekonomi Islam mengenai analisis kepuasan konsumen di masa covid-19 telah sesuai dengan konsep Ekonomi Islam, terlihat dari produk yang di tawarkan telah bersertifikat BPOM dan halal dikonsumsi, pelayanan yang juga sesuai dengan konsep Islam seperti berperilaku sopan dan ramah kepada setiap konsumen, serta menetapkan harga yang sesuai dengan konsumen dan tidak memberatkan untuk mendapatkan produk.

**Kata Kunci: Kepuasan, Loyalitas Konsumen, Covid-19.**



## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur kehadiran Allah swt yang telah memberi nikmat serta hidayah-Nya terutama nikmat kesempatan dan kesehatan, sehingga penulis diberikan kekuatan serta kesehatan untuk dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Kepuasan Konsumen di Masa Covid-19 Pada Air Minum Isi Ulang Afiqah Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam”** Sehinggaakhirnya skripsi inidapat diselesaikan sesuai yang diharapkantampa ada suatu hambatan apapun. Shalawat beserta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad saw beserta keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Semoga kitatermasuk ke dalam golongan orang-orang yang mendapatkan syafa’at beliau dihari akhir kelak, amin.

Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini. Oleh sebab itu dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat, penulis menyampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Dua sosok yang sangat kubanggakan, ayah dan ibu tercinta (ABD. Rahman dan Hamidah), kakak dan adik saya (Ramona Rahman dan Hafiz Al Munawar) serta Novita Yuliazmar Lestari yang selalu mensuport semoga Allah selalu melimpahkan rahmat dan kasih sayang kepada kalian.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
2. Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag sebagai Rektor universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Drs. Hajar, M. Ag, sebagai Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. Syahpawi, S.Ag, M.Sh, dan Bapak Syamsurizal, SE, M.Sc. Ak, selaku Ketua Jurusan dan sekretaris jurusan Ekonomi Syariah
5. Bapak Ahmad Fauzi, MA, Selaku dosen Pembimbingyang penuhkesabaran dan ketersediaannya meluangkan waktu untuk memberikan bimbingandalam penulisan skripsi ini.
6. Bapak Ibu dosen dan karyawan karyawan Fakultas Syari'ah dan Hukum yangtelah memberikan nasehat-nasehat yang terbaik serta membantu penulisselama perkuliahan.
7. Bapak Muh. Said HM,Dr.,H.,M.A.,M.M. selaku Pembimbing Akademik yangmemberikannasehat dalam masa perkuliahan.
8. Kepada Bapak Ibu pengelola perpustakaan Fakultas Syariah dan Hukum sertapengelola perpustakaan UIN Suska Riau, terimah kasih atas peminjaman buku
9. Sahabat-sahabat seperjuangan di Himpunan Mahasiswa Islam (HMI MPO Cabang Peknbaru) yang sama sama turut bertanggung jawab atas terwujudnya tatanan masyarakat yang di ridhoi Allah Subhanahu Wata'ala.
10. Kepada senior-senior HMI selinggkungan Cabang Pekanbaru, Kanda Supriansyah S.Sos, Kanda Dian Aksara S.IP, Kanda Haris Oky S.pd, Kanda

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Sarif Kasim Riau

Fadlil Aulia S.Pd. Kanda Febri Romadhon S.IP, Yunda Aksiza Utami Putri S.IP, seta kanda yunda yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih atas motivasi serta nasehat-nasehatnya kepada penulis, semoga HMI jauh lebih baik kedepannya baik dibidang perkaderan dan perjuangannya.

11. Kepada kader-kader militan selingkungan HMI Korkom Uin Suska, Adella Friska, Rizka Juwita, Suci Rahmawati, Hairul Abidin, M. Arie Pradina, Letna Sari Hasibuan, Fitri Rizkia Indah, Ardian serta kader-kader yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu.
12. Terimakasih kepada adinda-adinda kader-kader HMI Komisariat Fasih UIn, Teguh Abi, Mulyadi, Imsardi, Siti, Gomgom, Rama, Asih Wulandari, Nadia Putri, Diki, Alex Alfa, Agus Salim dan masih banyak lagi adinda-adinda kader Fasih Uin yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu
13. Terimakasih sehabat seperjuangan Rizal Efendi, Yuricho Ghuterus, Dicky Irawan, Masnuriawan, Khoirul Padhli, Asrul Harahap, yang sama-sama merasakan perjuangan dimasa kuliah.
14. Sahabat seperjuangan susah senang yang selalu sabar menemani, menyemangati, mengantarkan kesana dan kesini serta mendoakan yaitu Liza Hastuli S.E, Vivid Kurnia S.E, Malinda Ali, Roma Tua Lubis serta teman-teman penulis yang senasib dan seperjuangan yaitu Ekonomi Syariah angkatan 2016, khususnya Lokal EI B.

Semoga bantuan yang diberikan dalam bentuk apapun mendapat pahala yang setimpal dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dari sempurna, masih banyak kesalahan dan kejanggalan di sana-sini, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak guna memperbaiki penulisan skripsi ini. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti selanjutnya.

Pekanbaru, 27 September 2020  
Penulis,

**DOI RAMDANI**  
**NIM. 11625103837**



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>x</b>
 <b>BAB I      PENDAHULUAN .....</b>	 <b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Batasan Masalah .....	9
C. Rumusan Masalah .....	9
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	10
E. Metode Penelitian .....	10
F. Sistematika Penulisan .....	16
 <b>BAB II     GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....</b>	 <b>18</b>
A. Sejarah Kelurahan Simpang Baru .....	18
1. Sejarah Kelurahan Simpang Baru .....	18
2. Keadaan Geografis Kelurahan Simpang Baru .....	18
3. Keadaan Penduduk .....	19
4. Visi dan Misi .....	22
5. Struktur Organisasi .....	22
6. Tugas Pokok .....	25
B. Depot Air Minum Isi Ulang Afifah .....	27
1. Sejarah Depot Air Minum Isi Ulang Afifah .....	27
2. Struktur Organisasi Depot Air Minum Isi Ulang Afifah.....	28
3. Aktivitas Air Minum Isi Ulang Afifah .....	30
 <b>BAB III    LANDASAN TEORI.....</b>	 <b>32</b>
A. Pengertian Kepuasan Konsumen .....	32
B. Tingkat Kepuasan Konsumen .....	36
C. Pengukuran Kepuasan Konsumen .....	38
D. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen .....	41
E. Manfaat Kepuasan Konsumen .....	48
F. Kepuasan Konsumen dalam Pandangan Ekonomi Islam ..	49

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<b>BAB IV</b>	<b>PEMBAHASAN DAN HASIL .....</b>	<b>51</b>
	A. Analisis Kepuasan Terhadap Loyalitas di Masa Covid-19 Pada Depot Air Minum Isi Ulang Afiqah Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru .....	51
	1. Kualitas Produk .....	52
	2. Kualitas Pelayanan .....	57
	3. Citra Merek .....	62
	4. Harga .....	65
	5. Biaya.....	69
	B. Tinjauan Ekonomi Islam Mengenai Analisis Kepuasan Terhadap Loyalitas di Masa Covid-19 Pada Depot Air Minum Isi Ulang Afiqah Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru .....	72
	1. Kualitas Produk Dalam Islam .....	73
	2. Kualitas Pelayanan Dalam Islam .....	75
	3. Citra Merek Dalam Islam .....	81
	4. Harga Dalam Islam .....	82
	5. Biaya Dalam Islam .....	83
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP .....</b>	<b>84</b>
	A. Kesimpulan .....	84
	B. Saran .....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Laporan Penjualan Air Minum Isi Ulang Afiqah.....	8
Tabel II.1	Jumlah Penduduk Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru .....	19
Table II.2	Jumlah Penduduk Kelurahan Simpang Baru Berdasarkan Kelompok Umur.....	20
Tabel II.3	Jumlah Penduduk Kelurahan Simpang Baru Berdasarkan Agama .....	21
Tabel II. 4	Jumlah Tempat Ibadah di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru .....	21
Tabel II. 5	Daftar Harga Produk Air Minum Isi Ulang Afiqah D.. epot Afiqah Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru .....	31
Tabel IV. 1	Tanggapan Responden Terhadap Kesehatan Air Minum Saat Dikomsumsi Pada Depot Air Minum Isi Ulang Afiqah Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru .....	53
Tabel IV. 2	Tanggapan Responden Terhadap Kebersihan Air Yang Dijual Depot Afiqah Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru .....	54
Tabel IV. 3	Tanggapan Responden Depot Air Minum Afiqah Terhadap Air Minum Yang Dijual Tidak Ada Perubahan Warna dan Tidak Berjentik-jentik Pada Saat Disimpan Berhari-hari .....	55
Tabel IV. 4	Tanggapan Responden Depot Air Minum Afiqah Terhadap Rasa Aman dan Nyaman Mengkonsumsi Air Minum Depot Afiqah Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru .....	56
Tabel IV. 5	Tanggapan Responden Terhadap Kemasan Air Minum Depot Afiqah Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru .....	57
Tabel IV. 6	Tanggapan Responden Kebersihan dan Karyawan Depot Afiqah Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru .....	58

Tabel IV. 7	Tanggapan Responden Terhadap Keramahan Karyawan Depot Afiqah Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru .....	59
Tabel IV. 8	Tanggapan Responden Terhadap Kesopanan Karyawan Depot Afiqah Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru .....	60
Tabel IV. 9	Tanggapan Responden Terhadap Kebersihan dan Kerapian Karyawan Depot Afiqah Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru .....	61
Tabel IV. 10	Tanggapan Responden Terhadap Kecepatan Karyawan Depot Afiqah Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru .....	62
Tabel IV. 11	Tanggapan Responden Terhadap Pengenalan Merek Depot Afiqah Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru .....	63
Tabel IV. 12	Tanggapan Responden Terhadap Citra Merek yang Mudah Diingat Konsumen Depot Afiqah Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru .....	64
Tabel IV. 13	Tanggapan Responden Terhadap Citra Merek yang Memiliki Ciri Khas Pada Depot Afiqah Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru .....	65
Tabel IV. 14	Tanggapan Responden Terhadap Penetapan Harga Pada Air Minum Di Depot Afiqah Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru .....	67
Tabel IV. 15	Tanggapan Responden Terhadap Penawaran Harga Sesuai Dengan Produk Depot Afiqah Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru .....	68
Tabel IV. 16	Tanggapan Responden Terhadap Biaya Depot Afiqah Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru .....	70
Tabel IV. 17	Tanggapan Responden Terhadap Pemesanan Via Telpon Pada Depot Afiqah Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru .....	71
Tabel IV. 18	Tanggapan Responden Terhadap Kepuasannya Pada Depot Afiqah Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru .....	72



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar I.1</b> : Stuktur Organisasi Kelurahan Simpang Baru Kecamatan TampanKota Pekanbaru .....	24
<b>Gambar II.2</b> : Struktur Organisasi Air Minum Isi Ulang Afiqah.....	29



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Dalam menjalankan sebuah bisnis, umumnya harus diperhatikan perusahaan adalah orientasi pelanggan atau *customer orientation* dan khususnya pada dunia bisnis yang bergerak dibidang barang maupun jasa, kepuasan konsumen merupakan komponen penting dan menentukan dalam mempertahankan maupun menumbuhkan perkembangan perusahaan.

Berbagai macam produk yang bermunculan mengikuti arus kebutuhan persaingan pasar. Produk yang baru lahir biasanya lebih mengutamakan daya tarik untuk membuat daya pasar, baik dari kemasan maupun dari citra rasa. Tidak jarang beberapa produsen di industri menghasilkan produk baru yang merupakan produk inovasi yang menunjukkan tidak adanya perbedaan pola pengomsumsian dan hanya kembali menciptakan produk yang sudah ada dengan sedikit memodifikasinya.

Konsumen telah menjadi pusat perhatian pemasaran, karena konsumenlah yang memutuskan apakah ia akan membeli atau tidak barang dan jasa yang ditawarkan tersebut.<sup>1</sup> Saat ini konsumen begitu dimanjakan yang dapat memilih untuk memenuhi kebutuhan. Era produsen mengendalikan konsumen telah berlalu dan telah digantikan dengan era dimana konsumen memegang kendali. Konsumen yang mendikte produk apayang seharusnya diproduksi oleh perusahaan. Perusahaan harus

---

<sup>1</sup> Ujung Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2004), h. 23

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berfokus kepada konsumen, karena konsumen adalah bagian terpenting dari perusahaan. Oleh karena itu produsen harus mengerti bagaimana konsumennya berlaku. Pada dasarnya perilaku konsumen merupakan tindakan, termasuk di dalamnya aspek-aspek yang mempengaruhi tindakan itu, yang berhubungan dengan usaha untuk mendapatkan produk (barang dan jasa) guna mempengaruhi kebutuhannya. Dapat dijelaskan perilaku konsumen merupakan proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik individu-individu yang semuanya melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan, menggunakan, atau mengembalikan barang dan jasa.<sup>2</sup>

Ketika konsumen memperoleh kenyamanan dan memperoleh kesan yang positif terhadap produk yang diberikan oleh tempat usaha dan sesuai harapan konsumen, berarti konsumen merasa puas atas produk tersebut.<sup>3</sup>

Kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira. Hal tersebutlah akan membangun relasi atau hubungan antara pemilik usaha dan konsumen.

Konsumen akan berkomitmen untuk membeli kembali produk dan berlangganan kembali di waktu yang akan datang, dengan cara datang kembali dan memberitahu kepada orang lain untuk membeli produk

<sup>2</sup> Azwar Juliadi dan Dewi Andini, *Studi Perilaku Konsumen pada Perbankan Syariah*, (Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Karya Ilmiah Alqi, 2019), h. 67-68

<sup>3</sup> Ujung Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2004), h. 15

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tersebut. Meskipun pengaruh persaingan dan situasional usaha yang menyebabkan tingkah laku konsumen berpindah-pindah. Kesuksesan dalam persaingan akan dapat dipenuhi apabila peusahaan biasa menciptakan dan mempertahankan pelanggan.<sup>4</sup>

Philip Kotler mengatakan bahwa “Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk/jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan”.<sup>5</sup>

Konsumen akan merasa puas apabila harapan dan keinginanya telah terpenuhi dalam produk tersebut. Kepuasan inilah yang nantinya akan menimbulkan kepercayaan terhadap produk tersebut maupun perusahaan yang menghasilkan produk tersebut. Kepercayaan inilah yang nantinya menjadi awal mula mengapa konsumen loyal terhadap produk tersebut. Proses itu akan terus berulang sampai konsumen merasa terpuaskan atas keputusan pembelian produknya.<sup>6</sup>

Selain dari memanjakan konsumen, produsen atau perusahaan harus juga memperhatikan resiko-resiko yang mungkin terjadi dimasa sekarang yang mungkin akan mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap produk yang kita jual. Dengan adanya wabah covid 19 membuat sektor ekonomi dan dunia usaha di Indonesia begitu terpukul. Banyak pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kelimpungan menghadapi bisnisnya yang terhambat bahkan mungkin tidak bakal

<sup>4</sup>Fandi Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Malang: Bayumedia Publishing, 2006), h. 9

<sup>5</sup> M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar- Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Jakarta: Alfabeta, 2010), h. 193

<sup>6</sup> Sutisna, *Pelilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2003), h. 16



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

selamat.dampak covid 19 dialami oleh hampir semua negara yang menjadi daerah pandemi virus mematikan itu, termasuk Indonesia. Jumlah kasus positif covid 19 di Indonesia terus meningkat.<sup>7</sup>

Di depan anggota parlemen Indonesia pada 28 Januari 2020 Menteri Keuangan Sri Mulyani sudah mengingatkan dampak virus corona terhadap perekonomian Indonesia. Menurut Sri Mulyani, munculnya virus corona telah memunculkan pesimisme terhadap pertumbuhan ekonomi dunia .<sup>8</sup> Dalam situasi krisis seperti ini, sektor UMKM sangat perlu perhatian khusus dari pemerintah karena merupakan penyumbang terbesar terhadap PDB dan dapat menjadi andalan dalam penyerapan tenaga kerja, mensubstitusi produksi barang konsumsi atau setengah jadi.<sup>9</sup>

Sementara itu sebagai pelaku yang menjalankan perusahaan tetap harus menjalankan bisnis sebaik mungkin dan lebih mengupayakan kualitas produk yang baik terlebih di masa pandemi covid 19 ini sehingga dapat menjaga loyalitas pelanggan. Bisnis baik adalah dimana konsumen sangat loyal.Oleh sebab itu, usaha dalam menjaga loyalitas konsumen harus tetap dilakukan oleh setiap perusahaan.<sup>10</sup>

Dalam sudut pandang Islam, Nabi Muhammad SAW telah mengajarkan agar penjual menawarkan produk yang berkualitas.Dalam hal ini Buchari Alma dalam bukunya *Dasar-Dasar Etika Bisnis*

<sup>7</sup> <https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-01377401/umkm-harus-mampu-bertahan-di-tengah-pandemi-covid-19-ini-tipsnya>

<sup>8</sup> Homepage : <https://e-jurnal.stienobel-indonesia.ac.id/index.php/akmen>

<sup>9</sup> file:///C:/Users/HP/Documents/Info%20Singkat-XII-6-II-P3DI-Maret-2020-1982.pdf

<sup>10</sup> Suharyadi dan Purwanto, *Statistika untuk Ekonomi dan Keungan Modern*, (Jakarta : Selemba Empat, 2009), h. 4

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Islam menceritakan, bahwa pada suatu hari Rasulullah pernah menegur pedagang yang mengoplos produk rusak dengan produk yang masih baik.<sup>11</sup> Islam menganjurkan agar konsumen agar mengkonsumsi produk yang berkualitas, sebagaimana Firman Allah SWT dalam Al-qur'an Surat Al-Baqarah, Ayat 168 :

مُيِّنْ عَدُوَّكُمْ إِنَّهُ الشَّيْطَانُ خُطُوتٍ تَتَّبِعُوا وَلَا طَيِّبًا حَلَالًا إِلَّا أَرْضَ فِي مِمَّا كَلُوا النَّاسُ يَتَأَيُّهَا



*"Hai manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaithan; karena sesungguhnya setan adalah musuh yang nyata bagimu".<sup>12</sup>*

Di Indonesia produk yang halal dan berkualitas disertifikasi oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), Dinas Kesehatan dan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM).<sup>13</sup>

Kualitas layanan merupakan pemenuhan dari harapan konsumen atau kebutuhan konsumen yang membandingkan antara hasil dengan harapan dan menentukan apakah konsumen telah menerima layanan yang berkualitas. Apabila terjadi tuntutan dari pada konsumen berharap perusahaan dapat memberikan pelayanan yang berupa jawaban yang diberikan secara ramah, cepat, dan tepat. Untuk produk yang membutuhkan pelayanan fisik, jasa pelayanan menjadi komponen yang kritis dari nilai. Sedangkan layanan dari bisnis ritel merupakan salah satu pembentuk

<sup>11</sup>Buchari Alma, *Dasr-dasar Etika Bisnis Islami*, (Bandung: Alfabeta, 2003), Cet. 3, h. 131

<sup>12</sup>Departemen Agama RI, *Al Qur'an dan Terjemahan*, Jus 1-30, (Jakarta: PT.

Kumudasmoro Grafindo, 1994)

<sup>13</sup>Dirjen Urusan Agama Islam dan Pembinaan Syariah, *UU RI NO. 33 Thn 2014 Tentang Jaminan Produk Halal* (Jakarta: Dirjen Bimbingan Masyarakat Islam, 2015), Bab I, pasal 1, Ayat 1-3, h. 3-4

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

kepuasan pelanggan, di mana peningkatan kinerja layanan dilakukan dengan cara memperbaiki kualitas layanan pada aspek fisik, reliabilitas, interaksi personeal, pemecahan masalah, dan kebijakan perusahaan (retail).<sup>14</sup> Sedangkan di dalam Islam pelayanan yang berkualitas adalah dengan memperaktekkan komunikasi yang ramah, peduli dan menepati janji itu, hal ini dapat dilihat dalam Al-Qur'an Surat Al Baqarah ayat 83 :

يٰۤاَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي تَعْبُدُونَ ۚ اِنَّ اِسْرَاءِيْلَ بْنَ مِثْقَالَ حَبَّةٍ اَوْ  
مِنْكُمْ قَلِيلاً ۚ اِلَّا تَوَلَّيْتُمْ ثُمَّ اَلْزَكٰوةَ وَاَتُوا الصَّلٰوةَ وَاقِيْمُوا حُسْنَ النَّاسِ وَقُولُوا اَوَّاهُ الْمَسْكُ  
مُعْرُضُونَ وَأَتُمُّ

*“Dan (ingatlah), ketika Kami mengambil janji dari Bani Israil (yaitu): Janganlah kamu menyembah selain Allah, dan berbuat kebaikanlah kepada ibu bapa, kaum kerabat, anak-anak yatim, dan orang-orang miskin, serta ucapkanlah kata-kata yang baik kepada manusia, dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat. Kemudian kamu tidak memenuhi janji itu, kecuali sebahagian kecil daripada kamu, dan kamu selalu berpaling”.*<sup>15</sup>

Sikap profesional, empati dan santun juga ditunjukkan dalam pelayanan oleh Nabi Muhammad SAW, sebagaimana diberitakan dari Abu Musa Ra. Rasulullah SAW bersabda: Jika didatangi oleh peminta atau dimintai satu hajad, maka beliau bersabda pada sahabat,”Bantulah (sampaikanlah hajatannya) niscaya kalian mendapatkan pahala dan Allah SWT akan memutuskan diatas lidah NabiNya sekehendaknya.”(HR. Bukhari Muslim).<sup>16</sup>

<sup>14</sup> M. Taufiq Amir, *Manajemen Ritel* (Jakarta: PPM, cet. 2, 2005), h. 129-131

<sup>15</sup>Departemen Agama RI, *Op.Cit*

<sup>16</sup>Abi ‘Abdillah, Muhammad bin Ismail Al Bukhari, *Al Bukhari*, (ttp: Darul Ahya Al ‘Arabia. tt), Jus 2.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Salah satu usaha yang hari ini cukup berkembang dan juga merupakan kebutuhan bagi setiap manusia adalah depot air minum isi ulang afiqah Jalan Merpati Sakti, Kelurahan Simpang Baru, Kecamatan Tampan, Kota Pekanbaru. Usaha ini berdiri sejak 10 (sepuluh) tahun lalu tepatnya pada tahun 2010 yang dimiliki oleh Bapak Efendi, dengan persaingan yang cukup banyak didaerah Pekanbaru, depot air isi ulang ini masih konsisten berdiri dan melaksanakan pejualan produknya sebaik mungkin.

Agar usaha dapat berkembang lebih maju pada masa pandemi Covid 19 ini, salah satunya dengan cara memperhatikan bagaimana produk yang dijual dapat memuaskan pembeli sehingga loyalitas konsumen semakin bertambah.

Dalam hal ini penulis melihat salah satu UMKM yang dapat berkembang di masa pandemi Covid-19 ialah usaha air minum isi ulang (depot). Pada hal ini peneliti memfokuskan pada usaha isi ulang air minum di depot Afiqah, dimana peneliti melihat salah satu untuk menjaga loyalitas konsumen terhadap produk air minum isi ulang Afiqah melaksanakan pengantaran produk langsung ke alamat secara cepat dimana konsumen cukup hanya memesan melalui telpon, dan memberikan harga yang lebih murah kepada konsumen yang langsung mendatangi kelokasi usaha untuk melakukan pembelian air isi ulang.

Berdasarkan observase awal, peneliti melihat dan mewawancarai langsung kepada Bapak Efendi selaku pemilik usaha air minum isi ulang



afiqah, penulis dapat memperoleh data jumlah pelanggan atau pembelian produk. Dimana jumlah pada setiap bulannya terjadi ketidakstabilan jumlah pembelian yang terlihat pada table berikut:<sup>17</sup>

**TABEL I. 1**

**Laporan Penjualan Air Minum Isi Ulang Afiqah**

**(Januari-Mei 2020)**

No.	Bulan	Jumlah pembelian produk
1	Januari	4.010 galon
2	Februari	3.776 galon
3	Maret	4.250 galon
4	April	4.135 galon
5	Mei	4.400 galon

**Sumber: Data Pembelian Air Minum Isi Ulang Afiqah**

Berdasarkan data diatas dapat dijelaskan tidak terjadinya kestabilan dalam pembelian air minum isi ulang afiqah oleh pelanggan pada 5 (lima) bulan terakhir, terlihat pada bulan Januari jumlah pembelian pelanggan sebanyak 4.010 galon, pada bulan Februari terjadi penurunan pembelian menjadi 3.776 galon. Bulan Maret terjadi kenaikan pembelian produk menjadi 4.250 galon dan pada bulan April kembali terjadi lagi penurunan pembelian menjadi 4.135 galon. Bulan Mei terjadi kenaikan menjadi 4.400 galon.

Dari uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik meneliti tentang *“AnalisisKepuasan Konsumen di Masa Covid-19 Pada Air Minum Isi Ulang Afiqah Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam”*.

<sup>17</sup> Efendi, Pemilik Depot Afiqah, Wawancara, Pekanbaru 11 September 2020

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## **B. Batasan Masalah**

Agar penelitian ini tidak menyimpang dari topik yang ditentukan maka penelitian ini dibatasi pada permasalahan analisis kepuasan konsumen di masa covid 19 pada air minum isi ulang afiqah Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru ditinjau menurut Ekonomi Islam.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah diatas maka ada beberapa hal yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimana kepuasan konsumendi masa covid 19 pada air minum isi ulang afiqah kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru?
2. Bagaimana tinjauan Ekonomi Islam mengenai analisis kepuasankonsumendi masa covid 19 pada air minum isi ulang afiqah Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru?

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## **D. Tujuan dan kegunaan penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui analisis kepuasan konsumen di masa covid 19 pada air minum isi ulang aqiqah kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.
- b. Untuk mengetahui Bagaimana tinjauan Ekonomi Islam mengenai analisis kepuasan konsumen di masa covid 19 pada air minum isi ulang aqiqah kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.

### **2. Kegunaan Penelitian**

- a. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi penulis untuk menerapkan ilmu yang telah didapatkan pada saat perkuliahan.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi bagi peneliti-peneliti berikutnya.
- c. Sebagai syarat untuk meraih gelar sarjana S.E pada Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

## **E. Metode Penelitian**

### **1. Lokasi Penelitian**

Dalam penelitian ini, lokasi penelitian dilaksanakan di depot air minum isi ulang aqiqah Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2. Subjek dan Objek Penelitian

### a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah konsumen air minum isi ulang afiqah Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.

### b. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah analisis kepuasan konsumen di masa covid 19 pada air minum isi ulang afiqah Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru di tinjau menurut Ekonomi Islam.

## 3. Populasi dan Sampel

### a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: Objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>18</sup> Berdasarkan pernyataan tersebut, maka populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen air minum isi ulang afiqah Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.

---

<sup>18</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 115



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Sampel

Sampel adalah bagian terkecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasi secara representatif. Menurut Hair *et al* dalam buku Kiswati Penentuan sampel yang *representative* adalah tergantung jumlah indikator dikali 5 sampai 10.<sup>19</sup> Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini:

$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= \text{Jumlah Indikator} \times 10 \\ &= 5 \times 10 \\ &= 50\end{aligned}$$

Dalam penelitian ini 50 orang yang dipilih menjadi responden dapat mewakili populasi yang menjadi konsumen di depot air minum isi ulang aqiqah. Para responden sendiri dipilih secara non acak atau *non-probability* sampling. Dalam *non-probability* sampling, setiap unsur dalam populasi tidak memiliki peluang dan kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. dalam *non-probability* sampling pemilihan unit sampel berdasarkan pada pertimbangan atau penilaian subjektif dan tidak ada penggunaan teori probabilitas. Adapun jumlah sampel yang ditentukan adalah sebesar 50 orang responden dengan teknik *incidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja konsumen yang sedang menikmati produk

<sup>19</sup> Kiswati, *Metode Penelitian Populer dan Praktis* (Yogyakarta: Andi, 2010), h. 121

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

depot air minum isi ulang afiqah dan bertemu dengan peneliti secara langsung dan bersedia menjadi responden maka akan dijadikan sebagai sampel penelitian.<sup>20</sup>

4. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer ialah data yang berasal dari sumber asli atau pertama. Data ini tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi ataupun dalam bentuk *file-file*. Data ini harus dicari melalui narasumber atau dalam istilah teknisnya responden, yaitu orang yang kita jadikan objek penelitian atau orang yang kita jadikan sebagai sarana mendapatkan informasi.<sup>21</sup>

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data.<sup>22</sup> Data sekunder ini merupakan data yang sifatnya mendukung keperluan data primer seperti buku-buku, literatur, dan bacaan yang berkaitan dengan penelitian.

5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam menunjang pembahasan penulisan penelitian ini, maka peneliti menggunakan prosedur pengumpulan data sebagai berikut:

<sup>20</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 220

<sup>21</sup> Istijanto, *Riset sumberdaya Manusia*, (Jakarta: Gramedia, 2010), h.38

<sup>22</sup> Irwan Gani, *Alat Analisis Data; Aplikasi Statistik Untuk Penelitian Bidang ekonomi dan Sosial*, (Yogyakarta: Andi, 2015), h.2

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan.<sup>23</sup>

b. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan ini dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.<sup>24</sup>

c. Kuisioner

Kuisioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya.<sup>25</sup>

d. Dokumentasi

Dokumentasi, adalah kegiatan pengumpulan data yang dilakukan melalui penelusuran dokumen. Teknik ini dilakukan dengan memanfaatkan dokumen-dokumen tertulis, gambar, foto

<sup>23</sup> Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, (Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri, 2014), h. 384

<sup>24</sup> P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta : Rikena Cipta, 1997)h. 199

<sup>25</sup> Yusuf, *Op.,Cit*,h. 387

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

atau benda-benda lainnya yang berkaitan dengan aspek-aspek yang diteliti.<sup>26</sup>

#### 6. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif. deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang mengungkapkan keadaan, fenomena yang terjadi saat penelitian berlangsung saat ini.<sup>27</sup>

#### 7. Teknik Penulisan

Dalam penulisan ini, digunakan dengan metode-metode yang terdiri dari:

- a. Deduktif, yaitu menarik kesimpulan dari yang bersifat umum kepada yang bersifat khusus. Maksudnya adalah dari sebuah judul kemudian diambil atau ditarik dari beberapa permasalahan dan dijadikan beberapabab.
- b. Induktif, yaitu menarik kesimpulan dari yang khusus kepada yang umum. Maksudnya mengumpulkan dari beberapa buku atau referensi lainnya yang bersangkutan yang diteliti kemudian diambil beberapa bagian.
- c. Korelatif, yaitu kata yang menghubungkan dua bagian kalimat dan hubungan kedua bagian itu mempunyai kedudukan atau derajat yang sama.

<sup>26</sup> Widodo, *Metodologi Penelitian Populer & Praktis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), h 75

<sup>27</sup> Sugiono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h.19



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## **F. Sistematika Penulisan**

Secara sistematis, penelitian ini akan dipaparkan dalam lima pokok bahasan, dari masing-masing pokok bahasan akan dibagi kedalam sub-sub bagian sebagai berikut:

### **BAB I**

#### **PENDAHULUAN**

Dalam bab ini mencakup latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II**

#### **GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

Dalam bab ini peneliti akan membahas mengenai letak geografis lokasi penelitian dan profil depot air minum isi ulang aqiqah.

### **BAB III**

#### **LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini berisi mengenai pengertian kepuasan konsumen, indikator kepuasan konsumen, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, kualitas produk, kualitas pelayanan, citra merek, harga, biaya, dan konsep ekonomi Islam terhadap kepuasan konsumen.

### **BAB IV**

#### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisi hasil penelitian yang dilakukan di air minum isi ulang aqiqah Kelurahan

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. Hasil penelitian dan pembahasan meliputi: Analisis kepuasan konsumen, dan bagaimana tinjauan Ekonomi Islam mengenai analisis kepuasan konsumen.

**BAB V****PENUTUP**

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan dan saran

**LAMPIRAN-LAMPIRAN****DAFTAR PUSTAKA**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II

### GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

#### A. Sejarah Kelurahan Simpang Baru

##### 1. Sejarah Kelurahan Simpang Baru

Kelurahan Simpang baru merupakan salah satu kelurahan yang ada di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. Kelurahan Simpang Baru merupakan kelurahan terbesar yang ada di Kecamatan Tampan, adapun luas wilayah Kelurahan Simpang Baru 23.788 Ha. Dengan jumlah penduduk 48.516 jiwa. Kelurahan Simpang Baru memiliki sebanyak 34 RW dan 152 RT. Kelurahan Simpang Baru merupakan sebuah desa yang di mekarkan menjadi Kelurahan yang sejalan dengan Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.<sup>28</sup>

##### 2. Keadaan Geografis Kelurahan Simpang Baru

Kelurahan Simpang baru merupakan Kelurahan yang sangat strategis dimana Kelurahan ini terdapat banyak pusat pendidikan, dari tingkat dasar, menengah sampai dengan perguruan tinggi. Disisi lain Kelurahan ini sangat dekat dengan pusat pemerinta, hal ini yang menjadi dasar cepatnya perkembangan pembangunan.

Kelurahan Simpang baru yang berada dalam wilayah Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru ini memiliki batas-batas wilayah sebagai berikut:

---

<sup>28</sup>Dokumen Kelurahan Simpang Baru

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Sebelah utara berbatasan dengan Desa Lubuh Baru (Kecamatan Payung Sekaki)
- b. Sebelah selatan berbatasan dengan Kelurahan Tuah Karya
- c. Sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Kampar
- d. Sebelah timur berbatasan dengan Kelurahan Delima.<sup>29</sup>

Kelurahan Simpang Baru secara geografisnya Kelurahan ini merupakan daratan rendah dengan curah hujan yang tinggi dan beriklim tropis.

### 3. Keadaan Penduduk

Program kependudukan meliputi penendalian kelahiran, menurunkan tingkat kematian bayi dan anak-anak, perpanjangan usia dan harapan hidup, penyebaran penduduk yang seimbang dan pembangunan potensi penduduk sebagai modal pembangunan yang ditingkatkan. Dilihat dari keadaan penduduk Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru, dimana Kelurahan ini terdapat 48.516 jiwa. Untuk lebih jelasnya tentang penduduk Kelurahan Simpang Baru dapat dilihat pada table di bawah ini :

**TABEL II. 1**  
**Jumlah Penduduk Kelurahan Simpang Baru**  
**Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru**

No	Jenis Kelamin	Jumlah Jiwa	Persentase
1	Laki-laki	23.456	48,34 %
2	Perempuan	25.060	51.66 %
	<b>Jumlah</b>	<b>48.516</b>	<b>100,00</b>

<sup>29</sup>*Ibid.*



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari tabel diatas dapat dipahami bahwa penduduk berdasarkan kelamin laki-laki berjumlah 23.456 jiwa atau 48,34% dan perempuan berjumlah 25.060 jiwa atau 51.66%. dari data tersebut penulis memahami bahwa terjadi keseimbangan antara penduduk berjenis kelamin laki-laki dan perempuan. Selanjutnya dari 48.516 jiwa terdapat 11.859 kepala keluarga.

**TABEL II. 2**  
**Jumlah Penduduk Kelurahan Simpang Baru**  
**berdasarkan kelompok umur**

No.	Umur	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Umur 0-4 Tahun	5702	11,75 %
2	Umur 5 tahun	1287	2.65 %
3	Umur 6 tahun	1251	2.57 %
4	Umur 7-12 tahun	4309	8.88 %
5	Umur 13-15 tahun	2583	5.32 %
6	Umur 16 tahun	1244	2.56 %
7	Umur 17 tahun	1222	2.51 %
8	Umur 18 tahun	1948	4.01 %
9	Umur 19-24 tahun	12036	24.80%,
10	Umur di atas 24	16934	34.90%.
	<b>Jumlah</b>	<b>48.516</b>	<b>100 %</b>

Dari tabel di atas dapat dilihat penduduk yang brumur 0-4 tahun barjumlah 5702 atau 11,75%, umur 5 tahun berjumlah 1287 atau 2,65%. Umur 6 tahun berjumlah 1251 atau 2,57%, umur 7-12 tahun berjumlah 4309 atau 8,888%, umur 13-15 berjumlah 2583 atau 5,32%, umur 16 tahun berjumlah 1244 atau 2,56%, umur 17 tahun berjumlah 1222 atau 2,51%, umur 18 tahun berjumlah 1948 atau 4.01%, umur 19-24 tahun berjumlah 12036 atau 24,80%, umur diatas 24 tahun berjumlah 16934 atau 34,90%.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**TABEL II. 3**  
**Jumlah Penduduk Kelurahan Simpang Baru**  
**Berdasarkan Agama**

No	Agama	Jumlah Penduduk (Jiwa)	Persentase (%)
1	Islam	39125	80.64 %
2	Katholik	2670	5.50 %
3	Protestan	4757	9.80 %
4	Hindu	760	1.56 %
5	Budha	1204	2.48 %
	<b>Jumlah</b>	<b>48516</b>	<b>100 %</b>

Dari tabel diatas dapat dilihat banyaknya penduduk menurut agama, jumlah penduduk yang beragama islam berjumlah 39215 jiwa atau 80.64 %, khatolik 2670 jiwa atau 5,50%, protestan 4757 jiwa atau 9,80 %, hidnu 760 jiwa atau 1,56% dan budha 1204 jiwa atau 2,48%.

**TABEL II. 4**  
**Jumlah Tempat Ibadah di Kelurahan Simpang Baru**  
**Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru**

No	Tempat Ibadah	Jumlah Penduduk (Jiwa)	Persentase (%)
1	Masjid	51	65.38 %
2	Musollah	21	26.92 %
3	Gereja	6	7.69 %
	<b>Jumlah</b>	<b>78</b>	<b>100 %</b>

Dari tabel di atas dapat di lihat banyaknya fasilitas tempat ibadah di Kelurahan Simpang Baru. Jumlah masjid ada 51 unit atau 65,38%. Musholla ada 21 unit atau 26,92%, dan gereja ada 6 unit atau 7.69%.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### **4. VISI dan MISI**

##### **a. VISI**

1. Terwujudnya Kelurahan Simpang Baru sebagai pusat pendidikan yang berazaskan iman dan taqwa
2. Terwujudnya Kelurahan Simpang Baru sebagai pusat perekonomian yang berbasis kerakyatan.

##### **b. MISI**

Memberikan akses pelayanan seluas luasnya kepada masyarakat dalam mewujudkan pemerintahan yang bersih dan bertaqwa.

#### **5. Struktur Organisasi**

Dalam melaksanakan kewajiban sebagai PNS, telah diatur dalam Undang- Undang No. 43 tahun 1999 tentang pokok-pokok kepegawaian yang tertuang dalam pasal 5 yang berbunyi “Setiap Pegawai Negeri wajib mentaati segala peraturan perundang-undangan yang berlaku dan melaksanakan tugas kedinasan yang dipercayakan kepadanya dengan penuh pengabdian, kesadaran, dan tanggungjawab”.<sup>30</sup>

Dalam upaya mewujudkan visi dan misi Kantor Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru, yang merupakan salah satu organisasi Kelurahan yang terdapat di Kecamatan Tampan

---

<sup>30</sup>UU Republik Indonesia No. 43 Tahun 1999 tentang Perubahan atas UU No. 08 Tahun 1974 tentang Pokok-Pokok Kepegawaian

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kota Pekanbaru, juga memiliki struktur organisasi. Melalui struktur ini tertata dengan jelas pembagian kerja yang dimiliki masing-masing seksi atau bidang yang terdapat dalam struktur organisasi tersebut. Selain itu juga untuk mencapai produktifitas dan efektifitas penyelenggaraan urusan pemerintahan Kelurahan maka disusun rencana kerja sesuai dengan tugas Lurah sebagai perangkat yang melaksanakan administrasi pemerintahan, pembangunan, dan kemasyarakatan.<sup>31</sup>

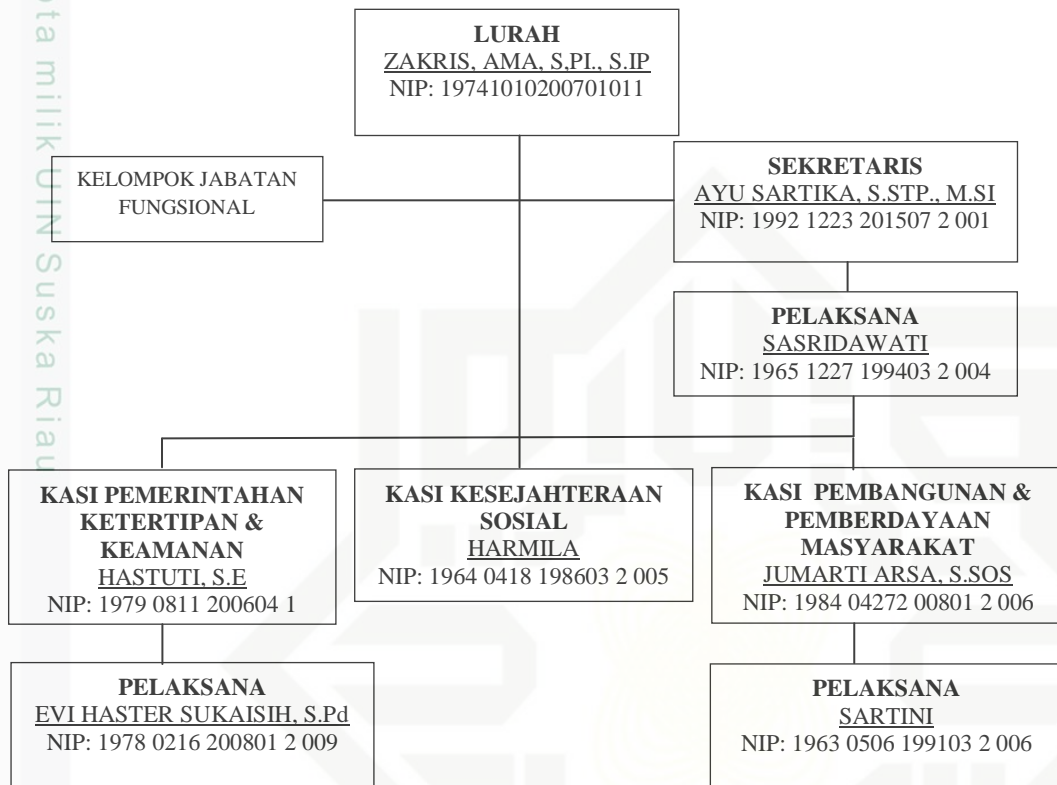
Adapun struktur organisasi Kelurahan Simpang Baru Periode 2020/2021 sebagai berikut:

---

<sup>31</sup> Dokumen Kelurahan Simpang Baru



## STRUKTUR ORGANISASI KELURAHAN SIMPANG BARU KECAMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU<sup>32</sup>



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<sup>32</sup>Dokumen Kelurahan Simpang Baru, 2020

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 6. Tugas Pokok

Pembentukan susunan organisasi dan tata kerja pemerintah Kelurahan Simpang Baru yaitu mempunyai tugas membantu Camat dalam penyelenggara tugas-tugas pemerintah, pembinaan pembangunan, dan pembinaan kehidupan masyarakat dalam wilayah Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan kota Pekanbaru. Untuk tugas dan aparatur kelurahan Simpang Baru lebih jelasnya dapat dilihat pada keterangan di bawah ini:

### 1. Tugas Pokok Lurah

- a. Memimpin penyelenggaraan pemerintah secara umum, pembinaan pembangunan fisik dan nonfisik kemasyarakatan serta pembinaan kesejahteraan masyarakat.
- b. Melaksanakan tugas dari pemerintah atasan.
- c. Melaksanakan koordinasi terhadap jalannya pemerintah kelurahan.
- d. Melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya di bidang pembangunan dan kemasyarakatan.
- e. Melaksanakan tugas-tugas dalam rangka pembinaan ketentraman dan ketertiban.<sup>33</sup>

<sup>33</sup>Avita Rosha, *Pelaksanaan Program Gerakan Cinta Keluarga Miskin (GENTAKIN) dalam Meningkatkan Kesejahteraan di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Pekanbaru Menurut Ekonomi Islam*, (Pekanbaru: Skripsi, 2010), h. 20.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Tugas Pokok Sekretaris

- a. Merumuskan dan melaksanakan pemindahan administrasi pemerintahan kelurahan.
- b. Merumuskan dan melaksanakan pembinaan pelayanan staf kepada kepala kelurahan.
- c. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh kepala kelurahan.<sup>34</sup>

3. Tugas Pokok Kasi Kesejahteraan Sosial

- a. Merumuskan dan melaksanakan rencana menggerakkan dan mengkoordinir kesejahteraan sosial.
- b. Merumuskan dan melaksanakan serta mengumpulkan dan menganalisa data yang berhubungan dengan penderita cacat, tunakarya, tunawisma, tunasusila, korban bencana alam, dan lain-lain.
- c. Merumuskan dan melaksanakan serta mendorong kegiatan masyarakat dibidang pendidikan, olahraga, sosial budaya serta keagamaan.

4. Tugas Pokok Kasi Pembangunan

- a. Merumuskan dan melaksanakan serta membina, mendorong, mengembangkan perekonomian masyarakat, pertanian, perindustrian, perdagangan, KUD, perkreditan, dan lembaga-lembaga lainnya.

---

<sup>34</sup>*Ibid*

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Merumuskan dan melaksanakan serta mendorong hasil perekonomian industry rumah tangga.
    - c. Merumuskan dan melaksanakan serta mengumpulkan, memelihara dan mengelola data pembangunan kelurahan.
  5. Tugas Pokok Kasi pemerintahan ketertiban dan Keamanan
    - a. Merumuskan dan melaksanakan serta mempersiapkan ketentuan- ketentuan tentang pengangkatan dan pemberhentian aparatkelurahan.
    - b. Merumuskan dan melaksanakan serta mengumpulkan dan mempersiapkan data pengembangan dan kegiatan kelurahan.
    - c. Merumuskan dan melaksanakan serta menyelenggarakan pendaftaran dan pencatatan penduduk termasuk orang asing.

#### B. Depot Air Minum Isi Ulang Afiqah

##### 1. Sejarah Depot Air Minum Isi Ulang Afiqah

Depot air minum merupakan usaha yang memproduksi air minum isi ulang yaitu usaha industri yang melakukan proses pengolahan air baku menjadi air minum dan menjual langsung kepada konsumen. Depot air minum isi ulang afiqah terletak di jalan Merpati Sakti Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru dengan izin PERMENKES No.492/PERMENKES/PER/IV/2010 – LAB: 695/AM/LAB-PKA/ 13. Depot air minum ini menjual air minum isi ulang yang higienis dan sistem penyaringan yang sempurna dengansinar ultraviolet, sistem ozonisasi, multifiltrasi, dan strelisasi.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Mayoritas masyarakat disekitar depot air minum isi ulang afiqah ini adalah masyarakat pendatang seperti mahasiswa dan pekerja yang terletak di Jl. Merpati Sakti Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. Depot air minum isi ulang afiqah ini berdiri sejak tahun 2010 yang di bina oleh Bapak Efendi dan memiliki 2 orang karyawan. Depot air minum ini sudah berjalan kurang lebih selama 10(sepuluh) tahun hingga sampai sekarang.

Dalam pelaksanaan tugasnya tugas pokoknya depot air minum isi ulang afiqah melakukan fungsi-fungsinya :

1. Memproduksi air minum isi ulang
2. Pelayanan umum
3. Memupuk pendapatan
4. Pengawasan
5. Memasarkan produk dan menyalurkan produk kepada pelanggan.

## 2. Struktur Organisasi

Pengorganisasian (*Organizing*) merupakan penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan organisasi, sumber daya yang demilikinya dan susunan perujutan pola tetap hubungan-hubungan diantara fungsi-fungsi, bagian-bagian atau popilasi-populasi, maupun orang-orang yang menunjukkan kedudukan tugas wewenang dan tanggung jawab yang berbeda-beda dalam suaru organisasi. Struktur organisasi merupakan kerangka susunan kepengurusan suatu badan

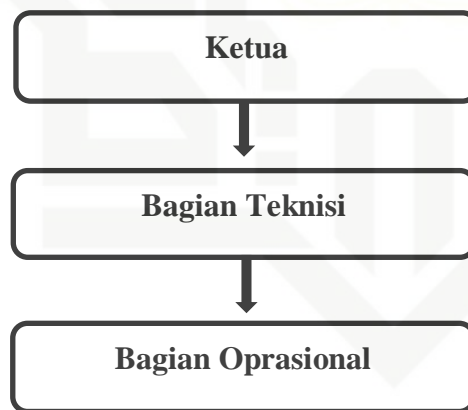
**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

atau organisasi yang didalamnya terdapat tugas dan wewenang serta tanggung jawab masing-masing pengurusnya.

Air minum isi ulang afiqah belum memiliki struktur organisasisecara tertulis, akan tetapi secara umum gambaran mengenai struktur organisasi Air minum isi ulang afiqah telah tersiratdalam wawancara dengan pemilik usaha yang menunjukkanbahwa struktur organisasi Air minum isi ulang afiqah adalah strukturorganisasi fungsional, yang artinya dimana kekuasaan pimpinan dilimpahkan kepada para pejabat yang memimpin satuan di bawahnya dalam satuan bidang pekerjaan tertentu. Adapun struktur organisasi pada Air minum isi ulang afiqah seperti yang terlihat pada gambar berikut:

Gambar II.2  
Struktur Organisasi Air Minum Isi Ulang Afiqah



*Sumber : Wawancara Menejer Air Minum Isi Ulang Afiqah*

Struktur organisasi menciptakan bagian-bagian yang dapat dalam perusahaan. Adapun tugas dan tanggung jawab dari bagian-bagian yang terdapat dalam usaha depot air minum isi ulang afiqah ini adalah:

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**1. Pemilik depot**

Kekuasaan tertinggi dalam usaha ini berada di tangan pemilik/ direktur yang memiliki hak dan kewajiban:

- a. Mengawasi semua kinerja depot
- b. Menentukan kebijakan dan peraturan depot
- c. Pengambil keputusan dengan segera dalam kondisi depot yang memungkinkan
- d. Mengawasi seluruh aktivitas depot sehubungan dengan masalah administrasi dan umum serta masalah karyawan.

**2. Teknisi**

Teknisi merupakan bagian yang bertugas mengawasi dan merawat alat produksi depot air minum isi ulang afiqah. Bidang teknisi ini bertugas untuk memperbaiki dan merawat kendaraan untuk pengantaran air minum yang dipakai oleh bagian oprasional

**3. Bagian opreasional**

Bagian operasional di depot air minum isi ulang afiqah merupakan bagian yang bertugas memasarkan hasil produksi air minum isi ulang afiqah ke rumah-rumah atau warung-warung.

**3. Aktivitas Air minum isi ulang afiqah**

Depot air minum isi ulang afiqah merupakan usaha yang bergerak dalam bidang penjualan air minum kemasan galon. Dalam proses menjalankan operasional depot air minum mengadakan kebijakan waktu jam kerja, dimana beroperasi kerja setiap hari mulai

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dari jam 07:00-20:00 WIB. Depot air afiqah juga menjual 2 (dua) jenis produk air yang berbeda yaitu air minum isi ulang mineral biasa dan air minum isi ulang jenis RO. Depot air minum afaqiah juga memiliki satu unit mobil yang berguna untuk pendistribusian produknya. Adapun sistem penjualan di air minum isi ulang afiqah ini dengan cara menjul ditempat atau lokasi langsung dan mengantarkan kelokasi konsumen yang memesan.

Depot air minum isi ulang afiqah yang di miliki oleh Bapak Efendi ini memasarkan hasil produknya bukan saja disekitar kecamatan tampan saja, tetapi juga sampai di daerah Kubang Raya, Simpang Panam, Garuda Sakti, Rimbo Panjang dan Jl. Soekarno Hatta. Berikut daftar harga penjualan air minum isi ulang yang di jual di depot air minum isi ulang afiqah Kelurahan Sumpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.

**TABEL II. 5**  
**Daftar Harga Produk Air Minum Isi Ulang Depot Afiqah**  
**Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru**

No.	Produk Afiqah	Harga Didepot	Harga Delivery
1	Air Mineral	Rp. 3000	Rp. 4000
2	Air RO	RP. 5000	Rp. 6000



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### BAB III

#### LANDASAN TEORI

##### A. Pengertian Kepuasan konsumen

Kepuasan konsumen merupakan respon konsumen terhadap kesesuaian atau ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk, harga, pelayanan atau jasa dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.<sup>35</sup>

Salah satu tujuan utama perusahaan khususnya perusahaan jasa adalah menciptakan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen sebagai hasil penilaian konsumen terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli dan mengonsumsi suatu produk/jasa. Kemudian harapan tersebut dibandingkan dengan kinerja yang diterimanya. Apakah keinginan yang diterimanya lebih besar (minimal sama) daripada harapannya, maka pelanggan puas. Sebaliknya kinerja yang diberikan dari pemakaian produk/jasa tersebut lebih kecil daripada apa yang diharapkannya maka pelanggan tidak puas.

Philip Kotler mengatakan bahwa “Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk/jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan”.<sup>36</sup>

<sup>35</sup> Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), h. 85

<sup>36</sup> M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar- Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Jakarta: Alfabeta, 2010), h. 193

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Perbandingan antara harapan dan kinerja tersebut akan menghasilkan perasaan senang dan kecewa yang dirasakan pelanggan. Apabila kinerja sesuai atau bahkan melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa senang dan puas. Demikian sebaliknya apabila kinerja berada dibawah harapan, maka pelanggan akan merasa kecewa atau tidak puas.

Kepuasan konsumen memperlihatkan keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Kepuasan juga didefinisikan sebagai tanggapan konsumen, yaitu penilaian atas kelebihan maupun kekurangan suatu produk/jasa.

Beberapa pengertian kepuasan menurut para ahli:

- a. Menurut Zeithaml dan Bitner, kepuasan konsumen adalah respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan ekonomi.
- b. Menurut Kotler dan Armstrong, kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih tinggi ketimbang harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau sangat gembira.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Menurut Pasurna, kepuasan konsumen adalah keadaan emosional, reaksi pasca pembelian dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, kegembiraan, atau kesenangan. Perasaan pelanggan terhadap satu jenis pelayanan yang didupakannya.
- d. Menurut Schiffman, kepuasan konsumen merupakan perasaan seseorang terhadap kinerja suatu produk atau jasa yang dibandingkan dengan harapannya.
- e. Menurut Ziethaml, kepuasan konsumen adalah konsep yang jauh lebih luas dari hanya sekedar penilaian kualitas pelayanan, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.<sup>37</sup>

Kepuasan merupakan elemen penting yang mencerminkan keberhasilan dari produsen ataupun penyedia jasa. Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa Latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat), sehingga kepuasan bisa diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu memadai”.<sup>38</sup>

Dalam upaya memenuhi kepuasan konsumen, perusahaan memang dituntut kejeliannya untuk mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang hampir setiap saat berubah. Pembeli akan bergerak setelah membentuk persepsi terhadap nilai penawaran, kepuasan

<sup>37</sup> Freddy Rangkuti, *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan ISO 9001*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013), h. 7-8

<sup>38</sup> Tjiptono dan Chandra, *Service, Quality, & Satisfaction*, Edisi ke-3, (Yogyakarta : ANDI, 2011) h. 292

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sesudah pembelian tergantung dari kinerja penawaran dibandingkan dengan harapannya.

Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apa bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira.

Menurut Lovelock *et al.* (2010:60), kepuasan adalah semacam penilaian perilaku yang terjadi setelah pengalaman mengonsumsi layanan. Kebanyakan hasil riset menunjukkan bahwa konfirmasi atau diskonfirmasi dari ekspektasi prakonsumsi adalah faktor yang menentukan dari kepuasan.

1. Harapan yaitu berbagai kriteria berupa barang atau jasa yang diinginkan.
2. Kinerja yaitu segala jenis atau hasil pelayanan yang diberikan perusahaan mengenai suatu barang atau jasa.

Kesesuaian yang mengalami ketidaksesuaian antara harapan dengan kinerja aktual jasa atau produk maka konsumen berada pada diskonfirmasi. Jadi dapat disimpulkan dari beberapa pengertian tersebut menurut para ahli, bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang ketika menerima produk atau jasa yang ditawarkan serta membandingkan kinerja atas produk atau jasa yang diterima dengan harapan yang dimiliki.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jika pelanggan mengatakan bahwa nilai adalah produk yang berkualitas, maka kepuasan akan terjadi kalau pelanggan mendapatkan produk yang berkualitas. Jika nilai bagi pelanggan adalah kenyamanan maka kepuasan akan datang apabila pelayanan yang diperoleh benar-benar dapat membuat konsumen tersebut merasa nyaman. Kalau nilai dari pelanggan adalah harga yang murah, maka pelanggan akan merasa puas kepada penjual yang memberikan harga murah.

Pelanggan yang tidak mendapatkan kepuasan akan meninggalkan perusahaan dan bahkan tidak akan pernah kembali. Pelanggan lebih memilih berganti produk atau merek karena tidak puas dengan produk yang ada, munculnya produk lain yang lebih baik, pengaruh teman atau kerabat, pelanggan benar-benar ingin pindah merek, ketidakpuasan terhadap perilaku pemilik, manajer, atau karyawan perusahaan.<sup>39</sup>

## B. Tingkat Kepuasan Konsumen

### 1. Tingkat Kepuasan Konsumen Expected

*Expected* adalah hal-hal yang kita harapkan ada tetapi jika tidak ada tidak mengurangi kepuasan kita. Contohnya: ketika saya naik taxi saya berharap pengemudi taxi saya tahun jalan, saya berharap argonya berjalan dengan benar. Hal-hal tersebut adalah hal yang saya harapkan terjadi jika saya naik taxi. Hal-hal tersebut akan menambah nilai kepuasan saya dari sekedar basic jika terpenuhi.

<sup>39</sup> Lina Anatan, *Service Excellence*, (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 77

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2. Tingkat Kepuasan Konsumen Desire

*Desire* adalah tingkatan selanjutnya dalam hierarki kepuasan *customer*. *Desire* adalah hal-hal yang hanya ada dalam angan-angan kita ketika kita mendapatkan service. Contohnya: ketika saya naik taxi, alangkah enaknya jika ada tv nya, alangkah enaknya jika ruangan untuk kaki luas, alangkah enaknya jika sang pengemudi mau memutar radio kesukaan saya. Hal-hal tersebut tidak saya harapkan terjadi dan hanya ada dalam angan-angan ketika saya naik taxi. Saya tidak akan kecewa jika hal tersebut tidak ada tetapi akan tetapi akan sangat senang jika ada.

## 3. Tingkatan Kepuasan Konsumen Unexpected

*Unexpected* adalah tingkatan tertinggi dalam hierarki kepuasan *customer*. *Unexpected* adalah hal-hal yang bahkan tidak kita bayangkan akan terjadi tapi terjadi. Contohnya: ketika saya naik taxi, di tengah-tengah kemacetan diambang waktu berbuka puasa, tiba-tiba sang sopir taxi menawari saya dengan gratis sebuah aqua gelas dan beberapa potong kurma.

Anehnya hal ini bukanlah suruhan dari perusahaan tempat sopir tersebut bekerja melainkan kesadaran dia sendiri. Lebih mencengangkan ketika saya tahu bahwa sang sopir non-muslim dan dia mempersiapkan itu sebagai inisiatif sendiri. Hal seperti inilah yang akan membekas buat saya. Apa yang dilakukan sang sopir

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mencerminkan kalau dia sudah mendapatkan *mindset* yang baik akan pelayanan (*service*).<sup>40</sup>

### C. Pengukuran Kepuasan Konsumen

Pada banyak perusahaan di dunia, tingkat pelayanan yang membuat konsumen merasa puas dalam pelayanan yang berpihak kepada konsumen. Jika pelayanan yang diberikan berpihak kepada konsumen maka konsumen akan merasa bahwa kepentingannya diperhatikan.<sup>41</sup>

Ada beberapa metode yang bisa digunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan konsumennya:

#### 1. Sistem keluhan dan saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada konsumen perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya pada para konsumen untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang biasanya digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan pada tempat-tempat yang strategis. Informasi ini dapat memberikan ide-ide dan masukan kepada perusahaan dan memungkinkan untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang ada.

#### 2. Ghost shopping

Metode ini dilaksanakan dengan cara memperkejakan beberapa orang untuk berperan sebagai konsumen atau pembeli potensi produk

<sup>40</sup>Didin Fatihudin, Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan, Dan Loyalitas Pelanggan)*, (Sleman: Deepublish, 2019), h. 210-213

<sup>41</sup>Bahrul Kirom, *Mengukur Kinerja pelayanan dan Kepuasan Konsumen*, (Bandung: Pustaka Reka Cipta, 2015), cet. Ket-4, h. 27

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perusahaan dari pesaing kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dengan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

### 3. Last customer analysis

Perusahaan berusaha menghubungi para konsumen yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok, yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut, informasi ini sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan-kebijakan selanjutnya yang akan diambil oleh konsumen.<sup>42</sup>

### 4. Survei kepuasan konsumen

Sebagian besar riset kepuasan konsumen dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik survei melalui pos, telepon, email, *websites*, maupun wawancara langsung. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan balikan secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para konsumen. Pengukuran kepuasan konsumen dengan metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain:

#### a) *Directly Reported Satisfaction*

Pengukuran dilakukan menggunakan item-item spesifik yang menanyakan langsung tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen.

---

<sup>42</sup> Inggang Perwangsa Nuralam, *Etika Pemasar dan Kepuasan Konsumen dalam Pemasaran Perbankan Syariah*, (Malang: UB Press, 2017), h. 61-62



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b) *Derived Satisfaction*

Setidaknya, pertanyaan-pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yaitu: (1) tingkat harapan atau ekspektasi konsumen terhadap kinerja produk atau perusahaan pada atribut-atribut relevan, dan (2) persepsi konsumen terhadap kinerja aktual produk atau perusahaan bersangkutan.

c) *Problem Analysis*

Dalam teknik ini, responden diminta mengungkapkan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan produk atau jasa perusahaan dan saran-saran perbaikan.

d) *Importance-Performance Analysis*

Dalam teknik ini responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan berbagai atribut relevan dan tingkat kinerja perusahaan pada masing-masing atribut tersebut. Kemudian, nilai rata-rata tingkat kepentingan atribut dan kinerja perusahaan akan dianalisis di *Importance-Performance Matrik*. Matrik ini sangat bermanfaat sebagai pedoman dalam mengalokasikan sumber daya organisasi yang terbatas pada bidang-bidang spesifik, di mana perbaikan kinerja bisa berdampak besar pada kepuasan pelanggan total.<sup>43</sup>

---

<sup>43</sup>Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, *Sevice, Quality & Satisfaction*,(Yogyakarta: Cv. Andi Offset, 2007), h. 210-213

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## D. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Ada Lima faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen:

### 1. Kualitas produk

Menurut Garvin dari A dale Timpe yang dikutip dalam Alma 2011, mengatakan bahwa kualitas adalah keunggulan yang dimiliki oleh produk tersebut. Kualitas dalam pandangan konsumen adalah hal yang mempunyai ruang lingkup tersendiri yang berbeda dengan kualitas dalam pandangan produsen saat mengeluarkan suatu produk yang biasa dikenal kualitas sebenarnya.

Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk merupakan peluang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Oleh karena itu perusahaan berusaha memfokuskan pada kualitas produk dan membandingkannya dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing.

Kotler (2010:361) menjelaskan bahwa terdapat 9 (Sembilan) dimensi kualitas produk yang membedakan suatu produk dengan lainnya, yaitu : *Form* (bentuk), *Features* (ciri-ciri produk), *Performance quality* (kualitas kinerja), *Conformance* (kenyamanan), *Durability* (ketahanan), *Reliability* (keandalan), *Repairability* (kemudahan perbaikan), *Style* (gaya), *Design* (desain atau model).

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2. Kualitas pelayanan

Kualitas dan layanan memainkan peranan penting dalam pemasaran semua produk, dan terutama menjadi hal yang penting dalam banyak industri karena merupakan pembeda yang paling efektif bagi sejumlah produk. Perusahaan yang pernah menjadi pemimpin pasar berdasarkan teknologi atau harga rendah, dewasa ini harus bersaing berdasarkan kualitas dan jasa pelanggan.<sup>44</sup>

Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima.<sup>45</sup>

Menurut Tjiptono kualitas pelayanan adalah upaya penyampaian jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Harapan konsumen merupakan keyakinan konsumen sebelum mencoba atau membeli suatu produk yang dijadikan acuan dalam menilai kinerja produk tersebut.<sup>46</sup>

<sup>44</sup>Tony Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa*, (Jakarta: PT Indeks, 2019), h. 1

<sup>45</sup>Nina Indah Febriana, *Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*, AN-NISBAH, Vol. 03, No. 01, h. 150

<sup>46</sup>Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa Edisi Kedua*. (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), h. 243

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kualitas pelayanan menurut Lovelock adalah tingkat keunggulan yang diharapkan serta pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut guna memenuhi harapan pelanggan.<sup>47</sup>

Menurut beberapa penjelasan di atas maka kualitas pelayanan adalah upaya penyampaian jasa untuk memenuhi harapan pelanggan.

Adapun ciri-ciri pelayanan yang baik adalah sebagai berikut:

- a. Tersedia sarana dan prasarana yang baik

Konsumen ingin dilayani secara prima. Untuk melayani konsumen salah satu hal yang paling penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang dimiliki.

- b. Tersedia karyawan yang baik

Kenyamanan konsumen juga sangat tergantung dari petugas yang melayaninya.

- c. Bertanggung jawab kepada setiap konsumen awal hingga selesai

Dalam menjalankan kegiatan pelayanan petugas harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai. konsumen akan merasa puas jika petugas bertanggungjawab terhadap pelayanan yang diinginkan

- d. Mampu melayani secara cepat dan tepat

Dalam melayani konsumen diharapkan karyawan harus melakukannya sesuai prosedur. Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan

---

<sup>47</sup>Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Ed. 3*, (Yogyakarta: Andi, 2004), hal. 59



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan konsumen.

e. Mampu berkomunikasi

Karyawan harus mampu berbicara kepada setiap konsumen, jangan menggunakan istilah yang sulit dimengerti.

f. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik

Karyawan harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu untuk menghadapi nasabah atau kemampuan dalam bekerja.

g. Berusaha memahami kebutuhan konsumen

Petugas harus cepat tanggap apa yang diinginkan oleh nasabah. Petugas yang lamban akan membuat nasabah lari.usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan konsumen.<sup>48</sup>

### 3. Citra Merek

Citra merek dapat didefinisikan sebagai suatu persepsi yang muncul di benak konsumen ketika mengingat suatu merek dari produk tertentu. Terdapat beberapa definisi tentang citra merek, berikut ini beberapa definisi citra merek menurut para ahli:

*American Marketing Association* mendefinisikan merek sebagai “nama, istilah, tanda, lambang, kombinasinya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasikan barang atau jasa dari salah satu penjual atau kelompok penjual dan mendiferensiasikan mereka

<sup>48</sup>Kasim, *Pemasaran* , (Jakarta: Kencana, 2008), h. 186-187

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dari pesaing”. Maka merek adalah produk atau jasa yang dimensinya mendiferensiasikan merek tersebut dengan beberapa cara dari produk atau jasa lainnya yang dirancang untuk memuaskan kebutuhan yang sama. Perbedaan ini bisafungsional, rasional dan nyata, berhubungan dengan kinerja produk dari merek. Perbedaan ini bisa juga lebih bersifat simbolis, emosional, atau tidak nyata, berhubungan dengan apa yang dipresentasikan oleh merek.<sup>49</sup>

Menurut Kotler pengertian citra adalah cara masyarakat menganggap merek secara aktual. Agar citra dapat tertanam dalam pikiran konsumen, pemasar harus memperlihatkan identitas merek melalui saran komunikasi dan kontak merek yang tersedia. Citra merek merupakan persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Citra dapat terbentuk melalui rangsangan yang datang dari luar sebagai suatu pesan yang menyentuh atau yang disebut informasi yang diterima seseorang. Citra merek adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Citra dipengaruhi oleh banyak faktor yang diluar kontrol perusahaan.<sup>50</sup>

Citra yang efektif akan berpengaruh terhadap tiga hal yaitu :

- a) Memantapkan karakter produk dan usulannilai.
- b) Menyampaikan karakter itu dengan cara yang berbeda sehingga tidak dikacaukan dengan karakterpesaing.

<sup>49</sup>Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran, Edisi- 12*, (Jakarta: Erlangga, 2012), h. 263

<sup>50</sup>*Ibid*, h. 274

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c) Memberikan kekuatan emosional yang lebih dari sekedar citramental.<sup>51</sup>

Tjiptono dan Diana dalam Akbar (2012:17) menyatakan bahwa merek memiliki berbagai macam tujuan, yaitu:

- a) Sebagai identitas perusahaan yang membedakannya dengan produk pesaing, sehingga mudah mengenali dan melakukan pembelian ulang.
- b) Sebagai alat promosi yang menonjolkan daya tarik produk (misalnya dengan bentuk desain dan warna-warna menarik).
- c) Untuk membina citra, yaitu dengan memberikan keyakinan, jaminan kualitas, serta citra prestise tertentu kepada konsumen.
- d) Untuk mengendalikan dan mendominasi pasar. Artinya, dengan membangun merek yang terkenal, bercitra baik, dan dilindungi hak eksklusif berdasarkan hak cipta/paten, maka perusahaan dapat meraih dan mempertahankan loyalitas konsumen.

Dalam suatu merek memiliki 6 (enam) tingkatan pengertian, sebagai berikut:

1) Atribut

Merek mengingatkan pada atribut tertentu dari sebuah produk, baik dari program purna jualnya, pelayanan, maupun kelebihanannya dan perusahaan menggunakan atribut tersebut sebagai materi iklan mereka

---

<sup>51</sup>*Ibid*, h. 276

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### 2) Manfaat

Pelanggan tentu tidak membeli sebatas atribut dari suatu produk melainkan manfaatnya.

#### 3) Nilai

Merek mewakili nilai dari produknya. Jam tangan merek Rolex, misalnya yang memberikan nilai tinggi bagi penggunanya.

#### 4) Budaya

Merek mewakili budaya tertentu.

#### 5) Kepribadian

Merek layaknya seseorang merefleksikan sebuah kepribadian tertentu.

#### 6) Pemakai

Merek menunjukkan jenis konsumen yang membeli atau menggunakan suatu produk tertentu.<sup>52</sup>

### 4. Harga

Harga adalah sejumlah nilai (uang) yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan. Menurut Kotler “Harga merupakan sesuatu yang dirasakan oleh penjual bahwa itu cukup berharga dalam bentuk uang kepada pembeli”.

---

<sup>52</sup> Rahman, *Strategi dahsyat marketing mix For Small Business : Cara Jitu Merontokkan Pesaing*, (Jakarta Selatan: Transmedia Pusat, 2010) h. 143



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 5. Biaya

Biaya adalah dimana pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk/jasa ini dan cenderung puas terhadap produk/jasa tersebut.<sup>53</sup>

## E. Manfaat Kepuasan Konsumen

Kepuasan pelanggan telah menjelma menjadi kewajiban bagi setiap organisasi bisnis, peneliti pemasaran, eksekutif bisnis, bahkan politisi. Selain itu, kepuasan pelanggan berpotensi memberikan sejumlah manfaat spesifik, antara lain:<sup>54</sup>

- a) Berdampak positif pada loyalitas pelanggan
- b) Berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan (terutama melalui pembelian ulang, cross-selling, dan up-selling).
- c) Menekan biaya transaksi pelanggan di masa depan (terutama biaya biaya komunikasi pemasaran, penjualan, dan layanan pelanggan).
- d) Menekan volatilitas dan risiko berkenaan dengan prediksi aliran kas masa depan.
- e) Meningkatkan toleransi harga (terutama kesediaan pelanggan untuk membayar harga premium dan pelanggan cenderung tidak mudah tergoda untuk beralih pemasok).
- f) Rekomendasi gethok tular positif.

<sup>53</sup> Ririn Tri Ratnasari, Mastuti H. Aksa, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), h. 117-118

<sup>54</sup> Kotler dan Keller, *Op.Cit*, h. 310-311

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- g) Pelanggan cenderung lebih reseptif terhadap produk *line extensions*, *brand extensions*, dan *new add-on services* yang ditawarkan perusahaan. Meningkatkan bargaining power relatif perusahaan terhadap jaringan pemasok, mitra bisnis, dan saluran distribusi.

## F. Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan Ekonomi Islam

Dalam pandangan Islam, yang menjadi tolak ukur dalam menilai kepuasan pelanggan adalah standar syariah. Kepuasan pelanggan dalam pandangan islam adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima. Memberikan pelayanan merupakan investasi yang nantinya akan diperoleh keuntungannya. Maka dari itu karyawan harus memiliki etika yang baik untuk melayani pelanggan agar pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan.<sup>55</sup>

Dalam ilmu ekonomi Islam, kepuasan seorang muslim disebut dengan Qana'ah. Kepuasan dalam islam (*Qana'ah*) merupakan cerminan seseorang baik secara lahiriah maupun bathiniyah. Kepuasan dalam islam mendorong seorang konsumen muslim bersikap adil. Konsep kepuasan dalam islam melahirkan rasa syukur.<sup>56</sup>

Kepuasan dalam islam harus mempertimbangkan beberapa hal berikut:

<sup>55</sup>Rezki Febriani, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Koran Harian Fajar di Kota Makassar (Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Salam)*, (Makassar:UIN Alauddin Makassar, 2017) Diakses Pada 4 April 2020,20:23, h. 41

<sup>56</sup>Fitria Solahika Salma, Ririn Tri Ratnasari, *Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan hotel Grand Kalimas Di Surabaya*, JESTT, Vol. 2, No.4, April 2015, h. 327

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a) Barang atau jasa yang dikonsumsi halal
- b) Dalam mengkonsumsi barang atau jasa tidak berlebihan
- c) Tidak mengandung riba

Islam mengajarkan kepada umatnya untuk saling tolong-menolong dalam hal kebaikan antara satu dengan yang lainnya, begitu juga dalam hal muamalah. Muslim harus qona'ah mengenai hal-hal yang sudah didapatkan dan tidak diperbolehkan menggunakan prinsip yang tidak syar'i dengan alasan ingin mendapatkan harta lebih banyak walaupun untuk menghidupi keluarga. Dalam At-Taubah : 59 dijelaskan bahwa :

لِّلّٰهِ اِلٰى اِنَّا وَرَسُولُهُۥ فَضَّلِهِۥ مِنْ اَللّٰهِ سَيُّوْتَيْنَا اَللّٰهُ حَسْبُنَا وَاَقَالُوْا وَرَسُولُهُۥ اَتَتْهُمْ مَّآرِضُوْا اَنْهُمْ وَاَلُوْا

رَاغِبُونَ

*Jikalau mereka sungguh-sungguh ridha dengan apa yang diberikan Allah dan Rasul-Nya kepada mereka, dan berkata: "Cukuplah Allah bagi kami, Allah akan memberikan sebagian dari karunia-Nya dan demikian (pula) Rasul-Nya, sesungguhnya kami adalah orang-orang yang berharap kepada Allah," (tentulah yang demikian itu lebih baik bagi mereka).<sup>57</sup>*

<sup>57</sup> Mushaf Al-Quran Terjemah Ash-Shafa (Surakarta: Shafa Media),

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Depot air minum isi ulang afiqah telah melaksanakan usaha untuk memuaskan konsuennya dengan cara meningkatkan kualitas produk, dan kualitas pelayanan, menetapkan harga yang terjangkau, membuat cirta merek, maupun menerapkan biaya dan meberikan kemudahan kepada konsumen. Dalam hal ini depot air minum isi ulang afiqah telah berhasil memuaskan konsumennya terlihat dari tabel IV.18 yaitu dari 50 responden, sebanyak 22 responden atau 44% persen menyatakan sangat puas dan sebanyak 28 responden atau 56% menyatakan puas kepada depot air minum afiqah Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru .
2. Tinjauan Ekonomi Islam mengenai analisis kepuasan konsumen dimasa covid 19 pada depot air minum isi ulang afiqah Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru telah sesuai dengan konsep Ekonomi Islam, terlihat dari produk yang di tawarkan telah bersertifikat BPOM dan halal dikonsumsi, kemudian pelayanan yang sesuai dengan konsep Islam seperti berperilaku sopan dan ramah kepada setiap konsumen, serta menetapkan harga yang sesuai dengan



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

konsumen dan tidak memberatkan untuk mendapatkan produk di depot air minum isi ulang aqiqah.

**B. Saran**

1. Kepada pihak depot air minum isi ulang aqiqah dengan dilihat dari hasil penelitian diatas, harus tetap mempertahankan dan bahkan harus meningkatkan kualitas produk, pelayanan, citra merek, harga dan biaya agar kepuasan konsumen bisa tetap bahkan meningkat kepada depot aqiqah Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru .
2. Selain itu juga, lakukan pengecekan rutin tentang kualitas air minum isi ulang yang dijual kepada DINKES kota/kabupaten setempat secara berkala agar terjaga dan terjamin kebersihan dan kesehatannya sehingga mampu mempertahankan kepuasan konsumen terhadap depot air minum isi ulang aqiqah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Abi 'Abdillah. Muhammad bin Ismail Al Bukhari, *Al Bukhari*. ttp: Darul Ahya Al 'Arabia. tt
- Alma, Buchari.2003.*Dasr-dasar Etika Bisnis Islami*. Bandung: Alfabeta
- Anatan, Lina.2008.*Service Excellence*. Bandung: Alfabeta
- Amir, M. Taufiq. 2005.*Manajemen Ritel*. Jakarta: PPM
- Chandra dan Tjiptono.2011. *Survive, Quality, & Satisfaction, Edisi ke-3*. Yogyakarta: ANDI
- Departemen Agama RI, 1994. *Al Qur'an dan Terjemahan, Jus1-30*.Jakarta: PT. Kumudasmoro Grafindo
- Dirjen Urusan Agama Islam dan Pembinaan Syariah.2015.*UU RI NO. 33 Thn 2014 Tentang Jaminan Produk Halal*, Jakarta: Dirjen Bimbingan Masyarakat Islam
- Fatihudin, Didin. 2019. Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan, Dan Loyalitas Pelanggan)*. Sleman: Deepublish
- Febriana, Nina Indah.*Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung* . AN-NISBAH, Vol. 03, No. 01
- Febriani, Rezki. 2017.*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Koran Harian Fajar di Kota Makassar (Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Salam)*. Makassar:UIN Alauddin Makassar, Diakses Pada 4 April 2020 jam 20:23
- Fitria Solahika Salma, Ririn Tri Ratnasari.2015.*Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelangganhotel Grand Kalimas Di Surabaya*, JESTT, Vol. 2, No.4
- Gani, Irwan.2015. *Alat Analisis Data; Aplikasi Statistik Untuk Penelitian Bidang ekonomi dan Sosial*.Yogyakarta: Andi
- Hasan, Ali. 2010.*Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia
- H. Aksa, Ririn Tri Ratnasari Mastuti. 2010.*Manajemen Pemasaran Jasa*, Bogor: Ghalia Indonesia
- Huda, Nurul.2017. *Pemasaran Syariah; Teori dan Aplikasi*. Jakarta:Kencana

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Istijanto.2010. *Riset sumberdaya Manusia*. Jakarta: Gramedia
- Juliadi, Azwar dan Dewi Andini.2019. *Studi Perilaku Konsumen pada Perbankan Syariah*. Medan Lembaga Penelitian dan Penulisan Karya Ilmiah Alqi
- Kasmir.2008.*Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana
- Kirom, Bahrul.2015.*Mengukur Kinerja pelayanan dan Kepuasan Konsumen*. Bandung: Pustaka Reka Cipta
- Kotler dan Keller.2012.*Manajemen Pemasaran, Edisi- 12*. Jakarta: Erlangga
- Mushaf Al-Quran Terjemah Ash-Shafa*. Surakarta: Shafa Media
- Noor, Juliansah. 2012. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana
- Nur Alam, Inggang Perwangsa.2017.*Etika Pemasar dan Kepuasan Konsumen dalam Pemasaran Perbankan Syariah*. Malang: UB Press
- Purwanto, Suharyadi. 2009.*Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Jakarta: Selemba Empat
- Rahman. 2010. *Strategi dahsyat marketing mix For Small Business : Cara Jitu Merontokkan Pesaing*. Jakarta Selatan: Transmedia Pusat
- Rangkut, Freddy.2013.*Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan ISO 9001*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Rasidi, Abdul Gopur.2019. *Pengaruh Lokasi, Religiusitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Produk Tabungan Islamic (iB) Dhuha Haji Di PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan*. Pekanbaru: Uin Sultan Syarif Kasim Riau, diakses Pada 3 April 2020. Repository.uin-Suska.ac.id
- Rianto, M. Nur Al-Arif. 2010.*Dasar- Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Jakarta: Alfabeta
- Rosha, Avita.2010.*Pelaksanaan Program Gerakan Cinta Keluarga Miskin (GENTAKIN) dalam Meningkatkan Kesejahteraan di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Pekanbaru Menurut Ekonomi Islam*. Pekanbaru: Skripsi
- Sutisna.2003. *Pelilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Subagyo, P. Joko.1997.*Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*. Jakarta : Rikena Cipta



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Sumarwan, Ujung.2004. *Perilaku Konsumen*. Bogor Selatan: Ghalia Indonesia
- Sugiyono.2010.*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiono.2010.*Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sula, Muhammad Syakir. 2004.*Asuransi Syariah*. Jakarta:Gema Insani
- Tjiptono, Fandy.2007. Gregorius Chandra, *Sevice, Quality & Satisfaction*, Yogyakarta: Cv. Andi Offset
- Tjiptono, Fandy.2010. *Manajemen Jasa Edisi Kedua*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy.2004.*Strategi Pemasaran Ed. 3*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandi.2006.*Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing
- UU Republik Indonesia No. 43 Tahun 1999 tentang Perubahan atas UU No. 08 Tahun 1974 tentang Pokok-Pokok Kepegawaian
- Widodo.2017.*Metodologi Penelitian Populer & Praktis*. Jakarta: Rajawali Pers
- Wijaya, Tony.2019.*Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT Indeks
- Yusuf,2014.*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri



## LAMPIRAN

### Lampiran 1: Kuesioner

#### KUESIONER

Responden yang terhormat,

Nama saya Doi Ramdani. Saya adalah Mahasiswa S1 Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang sedang melakukan penelitian pada Depot Air Minum Isi Ulang Afifah Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampar Kota Pekanbaru. Untuk itu, mohon kesediaan Bapak/ Ibu untuk berpartisipasi dalam mengisi kuesioner ini. Tidak ada jawaban SALAH dalam pengisian kuesioner ini dan identitas Saudara/i akan saya rahasiakan. Atas bantuan Saudara/i kami ucapkan banyak Terimakasih.

#### I. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah setiap pernyataan dibawah ini dengan teliti
2. Berilah tanda ceklis (✓) ataupun silang (X) pada jawaban yang paling sesuai menurut Anda.

Keterangan Jawaban:

Keterangan	Nilai
SS (Sangat Setuju)	4
S (Setuju)	3
TS (Tidak Setuju)	2
STS (Sangat Tidak Setuju)	1

#### II. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama : .....
2. Umur : .....
3. Jenis Kelamin : Laki – Laki / Perempuan
4. Pekerjaan : .....

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### III. KUESIONER PENELITIAN

#### Kualitas Produk

No.	Pernyataan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Apakah Menurut bapak/ Ibu Air Minum yang di jual Depot Air Minum Isi Ulang Afiqah sehat untuk di minum				
2	Apakah Menurut bapak/ Ibu Air Minum yang di Jual Depot Air Minum Isi Ulang Afiqah Bersih dan Tidak Ber-bau				
3	Setelah di simpan berhari-hari, Apakah Air Minum yang Bapak/ Ibu beli di Depot Air Isi Ulang Afiqah tidak berubah warnanya dan tidak berjentik-jentik				
4	Selama membeli Air Minum di Depot Afiqah, Apakah Bapak/ Ibu merasa aman dan nyaman				
5	Menurut Bapak/ Ibu, Apakah Air minum yang di jual di Depot Air Minum Isi Ulang Afiqah di kemas dengan kemasan yang bagus				

### IV. KUESIONER PENELITIAN

#### Kualitas Pelayanan

No.	Pernyataan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Menurut Bapak/ Ibu apakah Depot Air Minum Isi Ulang Afiqah begitu menjaga kebersihan dan kenyamanan				
2	Ketika sampai di lokasi Depot Air Minum Isi Ulang Afiqah Apakah karyawan menyapa Bapak/ Ibu dengan sangat ramah				
3	Apakah Karyawan Depot Air Minum Isi Ulang Afiqah melayani Bapak/ Ibu dengan baik dan sopan				
4	Menurut Bapak/Ibu Apakah Karyawan Depot Air Minum Isi Ulang Afiqah tetap menjaga kebersihan dan kerapiannya				
5	Setelah membeli air apakah Bapak/ Ibu merasa senang karena karyawan Depot Air Minum Isi Ulang Afiqah melayani dengan cepat				

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## V. KUESIONER PENELITIAN

### Citra Merek

No.	Pernyataan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Apakah Merek Air Minum Isi Ulang Afiqah sudah di kenal banyak orang				
2	Menurut Bapak/ Ibu Apakah Merek Air Minum Isi Ulang Afiqah mudah di ingat				
3	Menurut Bapak/ Ibu Apakah Merek Air Minum Isi Ulang Afiqah mempunyai ciri khas				

## VI. KUESIONER PENELITIAN

### Harga

No	Pernyataan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Menurut Bapak/Ibu apakah Harga Jual yang di tetapkan Depot Air Minum Isi Ulang Afiqah sudah tergolong sangat sangat murah				
2	Setelah membeli air, apakah Menurut Bapak/ Ibu Harga yang di tawarkan sesuai dengan kualitas produk air minum tersebut				

## VII. KUESIONER PENELITIAN

### Biaya

No.	Pernyataan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Apakah Bapak/ Ibu tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan saat ingin mendapatkan air minum di Depot Air Minum Isi Ulang Afiqah				
2	Apakah Depot Afiqah menggunakan pelayanan via telepon untuk Bapak/ Ibu membeli Air Minum Isi Ulang Afiqah				

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## **VIII. KUESIONER PENELITIAN**

### **Kepuasan Konsumen**

No.	Pernyataan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Apakah Bapak/ Ibu merasa puas kepada Depot Air Minum Isi Ulang Afiqah				





## Lampiran 2 : Pedoman Wawancara

### PEDOMAN WAWANCARA UNTUK PEMILIK DEPOT AIR MINUM ISI ULANG AFIQAHKELURAHAN SIMPANG BARU KECAMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU

#### I. Identitas Informan

1. Nama : .....
2. Umur : .....
3. Jenis Kelamin : Laki – Laki / Perempuan
4. Pekerjaan : .....

#### II. Daftar Wawancara

1. Sebagai pemilik depot, bagaimana cara anda untuk terus mempertahankan depot air minum isi ulang ini terus berkembang dari awal sampai sekarang?
2. Bagaimana cara anda untuk menjaga kualitas air minum di depot afiqah ini agar terus berkualitas?
3. Apakah ada konsumen yang komplain atau merasa tidak puas dengan kualitas air minum isi ulang depot afiqah?
4. Bentuk kualitas pelayanan yang bagaimana anda terapkan kepada konsumen di depot air minum isi ulang afiqah?
5. Apakah ada konsumen yang komplain atau merasa tidak puas dengan kualitas pelayanan yang dilakukan karyawan depot air minum isi ulang afiqah?

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6. Bagaimana cara anda menghadapi jika ada konsumen yang komplain atau tidak puas dengan pelayanan yang dilakukan oleh depot air minum isi ulang afiqah?
7. Bagaimana cara anda untuk memberitahu kepada masyarakat mengenai depot air minum isi ulang afiqah?
8. Menurut anda, merek depot air minum isi ulang afiqah sudah banyak di kenali masyarakat?
9. Menurut anda sebagai pemilik depot, apakah harga yang diberikan depot air minum isi ulang afiqah sudah sesuai dengan yang di harapkan konsumen?
10. Apakah ada konsumen yang komplain atau merasa tidak puas dengan penetapan harga yang ditetapkan oleh depot air minum isi ulang afiqah?
11. Apakah ada biaya tambahan yang di tetapkan oleh pihak depot kepada konsumen untuk mendapatkan produk air minum isi ulang afiqah?

### Lampiran 3: Doumentasi

#### DOKUMENTASI



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## © Hak cipta milik UIN Suska Riau

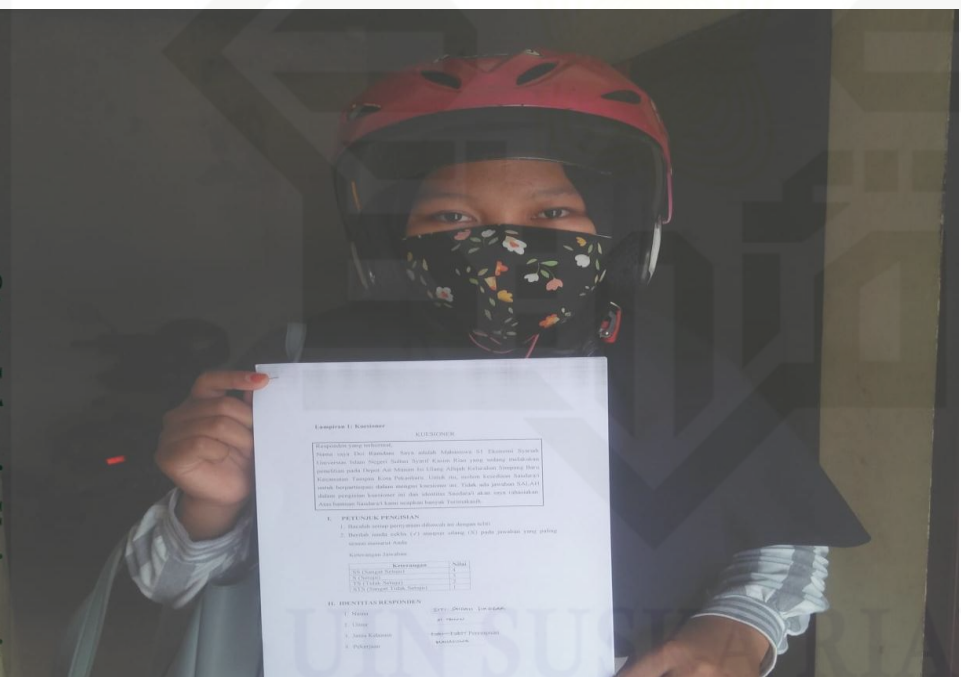


## State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

## LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul **"TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP  
BERHIAS DALAM PESTA PERKAWINAN DI DESA KEPENUHAN  
BARAT KECAMATAN KEPENUHAN KABUPATEN ROKAN HULU"**,  
yang ditulis oleh:

Nama : **MEIDIA FITRI**  
NIM : **11721202879**  
Program Studi : **Hukum Keluarga**

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah  
Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 26 April 2021

**TIM PENGUJI MUNAQASYAH**

Ketua  
**Ade Fariz Fakhruallah, M.A**

Sekretaris  
**Irfan Zulfikar, M.Ag**

Penguji I  
**Ahmad Fauzi, M.A**

Penguji II  
**Hendri Sayuti, M.Ag**

Mengetahui :

Kepala Bagian Akademik Kemahasiswaan dan Alumni  
Fakultas Syariah dan Hukum

**Jalinus, S.Ag**

NIP. 19750801 200701 1 023

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



# PEMERINTAH KABUPATEN ROKAN HULU DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jl. Tuanku Tambusai Km. 4 Komp. Bina Praja Pemda Rokan Hulu Telp. 0813 7210 2755  
Kode Pos : 28557 Email : [dpmptsp@rokanhulukab.go.id](mailto:dpmptsp@rokanhulukab.go.id) Website : <http://dpmptsp.rokanhulukab.go.id>

## REKOMENDASI

NOMOR:503/DPMPTSP/NON IZIN-RISET/250

Tentang

### PELAKSANAAN KEGIATAN RISET / PRA RISET DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Rokan Hulu, setelah membaca Surat dari DPMPTSP Provinsi Riau Nomor : 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISET/37075 tanggal 8 Desember 2020 tentang Rekomendasi Pelaksanaan Riset / Pra Riset dan pengumpulan Data untuk bahan **Skripsi**, dengan ini dapat diberikan Rekomendasi kepada :

Nama	:	MEIDIA FITRI
Nomor Induk Mahasiswa	:	11721202879
Jurusan	:	Hukum Keluarga
Jenjang	:	MAHASISWA
Judul Penelitian	:	Tinjauan Hukum Islam Terhadap Persepsi Masyarakat Tentang Berhias Dalam Pesta Perkawinan di Desa Kepenuhan Barat Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu
Lokasi Penelitian	:	Desa Kepenuhan Barat Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu

Dengan Ketentuan sebagai berikut :

1. Tidak Melakukan Kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan yang tidak ada hubungannya dengan kegiatan Riset dan Pengumpulan Data ini.
2. Pelaksanaan Kegiatan Riset ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal Rekomendasi ini dibuat.

Demikian Rekomendasi ini diberikan, agar digunakan sebagaimana mestinya dan kepada pihak yang terkait diharapkan untuk dapat memberikan kemudahan dan membantu kelancaran kegiatan Riset ini. Terima Kasih

Ditetapkan di : Pasir Pengaraian  
Pada Tanggal : 22 Desember 2020

a.n.BUPATI ROKAN HULU  
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN  
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU  
KABUPATEN ROKAN HULU,

GORNENG, S.Sos, M.Si  
Pembina TK.I (IV/b)  
NIP.19740727 200012 1 001

Tembusan :

1. Kepala BAPPEDA Kabupaten Rokan Hulu .
2. Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Rokan Hulu







**PEMERINTAH PROVINSI RIAU**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau  
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 **PEKANBARU**  
 Email : [dpmptsp@riau.go.id](mailto:dpmptsp@riau.go.id)

**REKOMENDASI**

Nomor : 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISET/37075  
 TENTANG



**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET  
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.II/PP.00.9/6987/2020 Tanggal 7 Desember 2020**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

- |                      |   |  |
|----------------------|---|--|
| 1. Nama              | : | <b>MEIDIA FITRI</b>  |
| 2. NIM / KTP         | : | 11721202879  |
| 3. Program Studi     | : | HUKUM KELUARGA   |
| 4. Jenjang           | : | S1   |
| 5. Alamat            | : | PEKANBARU  |
| 6. Judul Penelitian  | : | <b>TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG BERHIAS DALAM PESTA PERKAWINAN DI DESA KEPENUHAN BARAT KECAMATAN KEPENUHAN KABUPATEN ROKAN HULU</b> |
| 7. Lokasi Penelitian | : | KEPENUHAN BARAT KECAMATAN KEPENUHAN KABUPATEN ROKAN HULU   |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru  
 Pada Tanggal : 8 Desember 2020



Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :  
 Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)

**DINAS PENANAMAN MODAL DAN  
 PELAYANAN TERPADU SATU PINTU  
 PROVINSI RIAU**

**Tembusan :**

**Disampaikan Kepada Yth :**

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Bupati Rokan Hulu  
 Up. Kaban Kesbang dan Linmas di Pasirpangraian
3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

Hak cipta dilindungi Undang-undang

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic Univ. Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



# PEMERINTAH KABUPATEN ROKAN HULU

## KECAMATAN KEPENUHAN

### DESA KEPENUHAN BARAT

Alamat: Jln.Jendral Sudirman Kepenuhan Barat Kode Pos:28559

#### REKOMENDASI

Nomor: 475 /k. Des. pda / 071 /

#### Tentang

#### **IZIN TENTANG PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

Kepala Desa Kepenuhan Barat Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

Nama : MEIDIA FITRI  
NIM : 11721202879  
Jurusan : Hukum Keluarga  
Jenjang : S1

Judul Skripsi : TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG BERHIAS DALAM PESTA PERKAWINAN DI DESA KEPENUHAN BARAT KECAMATAN KEPENUHAN KABUPATEN ROKAN HULU

Untuk melakukan penduduk di Desa Kepenuhan Barat Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu dengan ketentuan tidak melakukan kegiatan menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan yang tidak ada hubungannya dengan kegiatan Riset dan Pengumpulan Data ini.

Demikian rekomendasi ini diberikan, agar dapat dipergunakan sebagai mestinya.

Dikeluarkan di Kepenuhan Barat  
Pada Tanggal 24 Maret 2021

Pj. KEPALA DESA KEPENUHAN BARAT

SAIFUL ADNAN

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Sta... UIN Suska Riau

Sta... UIN Suska Riau

Sta... UIN Suska Riau





# JURNAL HUKUM ISLAM

مجلة الأحكام الشرعية

## Journal For Islamic Law

JL. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru, Panam Pekanbaru 28293

Po. Box 1004 Telp. (0761) 561645 Fax. (0761) 562052

www. Jurnalhukumislam.com email. admin@jurnalhukumislam.com

HP. 081275158167 – 085213573669

### SURAT KETERANGAN

Pengelola Jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

**NAMA** : MEIDIA FITRI

**NIM** : 11721202879

**JURUSAN** : STUDI HUKUM KELUARGA

**JUDUL** : TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP BERHIAS DALAM  
PESTA PERKAWINAN DI DESA KEPENUHAN BARAT  
KECAMATAN KEPENUHAN KABUPATEN ROKAN HULU

**Pembimbing:** Irfan Zulfikar M.Ag

Nama tersebut diatas telah menyerahkan jurnal Skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Pekanbaru, 16 Juni 2021

Pimpinan Redaksi



**M. ALPI SYAHRIN, SH., MH., CPL.**  
NIP. 19880430 201903 1 010

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.